



SUMAR

#### Pagina 2

- Știri
- Istoricul apei potabile

#### Pagina 3

- Noi beneficii pentru salariați
- Femeia

#### Pagina 4

- Știri ARA

#### Pagina 5

- Accesul, prezența și circulația în sediul social și la celelalte obiective ale societății
- Cheltuieli cu deplasările în interes de serviciu

#### Pagina 6-7

- Responsabilitate socială corporatistă

#### Pagina 8

- Masă Multitouch made in România
- Lungul drum al apei pentru Iași (LXIII)

## De ce ne temem de indicatorii de performanță ?



În cadrul unei conferințe ținută în fața responsabililor dintr-o serie de întreprinderi din Japonia, celebrul profesor american William Edwards DEMING a ținut un discurs din care au rezultat două propuneri, universal valabile oricărui tip de industrie:

1. „Este imperativ să fie utilizate metodele statistice la toate nivelurile din întreprinderi. Conducerea calității reprezintă aplicarea principiilor și tehnicilor statistice, în toate etapele: proiectare, producție, întreținere și service, în scopul de a satisface din punct de vedere economic cererea.”

2. „Dacă în acest moment puteți produce marfă proastă, veți vedea că în următorii ani, alte țări vă vor impune bariere vamale.”

Profesorul a simplificat considerabil metodele statistice, pentru ca ele să devină un limbaj comun în Japonia încă din 1950! adică a înlocuit cifrele și calculele prin desene, grafice, procese statistice de control

(controlul proceselor) și în acest fel problemele au fost vizualizate și transferate în „cauze speciale”.

Aici, vom face o paralelă între acțiunea demarată la APAVITAL și experiența occidentală.

Primele intervenții realizate în prezent în cadrul companiei, au vizat culegerea unor rezultate care să poată fi cuantificate la nivelul fiecărui compartiment, sau, așa după cum suntem obișnuiți, unități ierarhice. Această sarcină i-a revenit Serviciului Resurse Umane, care, alături de firma de consultanță, prin profesorul Mihai Cioc, au identificat o serie de indicatori „de lucru”.

Ne aflăm astfel într-un moment în care s-au adunat toate informațiile legate de „ceea ce facem” sau „ar trebui să facem”.

Și sigur, aici au apărut temerile. Unii spun că „nu există motivare”, „lipsa dialogului”, „lipsa tehnicilor de învățare”, sau, de cealaltă parte, „rezistența la schimbare”.

#### Obstacole în calea dialogului

În corpul de cadre, se găsesc diverse mentalități, acelea ale inginerilor, economiștilor, chimiștilor, variabile în funcție de școală, acelea ale personalului în general și acelea ale echipei de conducere.

#### Neîncrederea.

J. Girette scrie: „Nu îi cunosc altă origine, decât acest tip de tradiție vie a lumii

muncitoare, care crede că muncitorul este totdeauna păcălit de cel care este mai sus”. Ea nu poate fi învinsă decât prin sinceritate permanentă și transparență. Concluzionăm aici și considerăm că este necesar mult timp pentru a ne obișnui unii cu alții, pentru a învăța să lucrăm împreună.

#### Schimbarea mentalităților.

Mentalitatea este puternic condiționată de familie, școală, mediu social, prieteni, profesie, credințe, evenimente marcante și, în ceea ce ne privește, prin ambianță și mediul de viață la locul de muncă. Prin urmare, eficiența noastră determină automatismele privind mentalitatea.

#### Diferențele de gândire.

Diferențele se înregistrează între cei care intră devreme în viața activă și cei care și-au continuat studiile. Primii „nu știu” să se exprime utilizând vocabularul altora, dar îl cunosc pentru că trăiesc în cotidian, iar următorii sunt analitici, deductivi, iar adevărul rezultă din demonstrație decât din fapte.

Având aceste repere, putem considera că implementarea unui sistem de indicatori în cadrul societății noastre va fi operabil, numai printr-o muncă de grup, prin contribuția tuturor, „A CELOR CARE VOR”.



## Știri

### Stimate doamne, domnișoare!

Sindicatul ApaVital Iași are plăcerea de a vă invita la sărbătorirea zilei de 8 martie la Restaurantul Ciric, în data de 4 martie 2011 (vineri), de la orele 14,00. Vă rugăm să confirmați participarea dumneavoastră și a partenerilor (soți / prieteni, soții / prietene, single) la Biroul Contabilitate (persoană de contact, doamna Claudia Benesch) până pe data de 18 februarie 2011. Data limită de anunțare s-a stabilit în scopul derulării corespunzătoare a demersului organizatorului evenimentului. Doamnele și domnișoarele membre de sindicat nu au obligații financiare. Doamnele și domnișoarele care nu sunt membre de sindicat, bărbați și partenerii care le însoțesc vor achita pentru plata meniului suma de 100 lei/persoană.

**ing. Cristian Nistor**  
președinte Sindicat ApaVital SA Iași

### InfoPresa s-a mutat pe SharePoint

În urma unei colaborări a Serviciului IT&C cu Biroul Relații Publice, pe portalul intern de la ApaVital s-a dezvoltat o bibliotecă de documente dedicată articolelor de presă despre societatea noastră. Astfel, începând cu data de 8 februarie 2011, articolele de presă pot fi accesate de pe site-ul intern, la a d r e s a :

**<http://intranet/dg/rp/SitePages/Pornire.aspx>**. Articolele sunt ordonate în ordinea postării pe Intranet, pentru o mai bună navigare. Vă dorim lectură plăcută!

### ApaVital transmite facturile și pe e-mail

Din luna ianuarie, ApaVital SA Iași oferă, la cerere, o nouă facilitate pentru clienții săi: transmiterea facturilor în format electronic. Pentru a primi factura pe e-mail, clienții ApaVital SA trebuie să trimită o cerere în acest sens, alături de datele de

identificare și de contact:

- numele, prenumele, adresa, codul de abonat și adresa de e-mail la care trebuie trimisă factura, în cazul persoanelor fizice

- numele și codul de abonat, numele și calitatea persoanei de contact, adresa de e-mail la care trebuie trimisă factura, în cazul persoanelor juridice.

Principalul avantaj al trimiterii facturilor pe suport electronic este dat de faptul că acestea ajung în siguranță la client și fără întârzieri la livrare. Clienții care au menționat o adresă de e-mail la reactualizarea noilor contracte de furnizare a serviciilor de apă și canalizare trebuie doar să solicite, în scris, trimiterea facturilor în format electronic.

Facturile vor fi trimise către clienți și în formatul clasic, pe hârtie, după care aceștia trebuie să opteze pentru una din cele două variante de transmitere, suport clasic sau electronic.

## Istoricul apei potabile



Oamenii au folosit stocarea și distribuția apei timp de secole. Înainte, când oamenii trăiau ca vânători, colectarea apei râurilor a fost pusă în practică pentru a transforma apa acestora în apă potabilă. Acest lucru a început să fie evident atunci când oamenii rămăneau pentru o perioadă mai lungă de timp într-un singur loc, preferând de obicei apropierea unui râu sau lac. Când în respectivele zone de campare nu existau râuri sau lacuri, era utilizată apă provenită dintr-o sursă subterană, acest lucru fiind posibil prin pomparea apei prin intermediul unor

puțuri. Odată cu dezvoltarea extensivă a populației alimentarea cu apă a așezărilor omenești a apărut ca o strictă necesitate, fiind nevoie și de surse mai mari de apă, care să asigure necesarul de apă potabilă. Astfel, a apărut ideea captării apei din surse diferite care, împreună, să poată asigura necesarul de apă potabilă tuturor celor care locuiau în zonele respective. Se consideră că aproximativ cu 7000 de ani în urmă, în Jericho (Israel), au apărut primele fântâni cu apă, aceasta fiind utilizată atât ca apă potabilă cât și pentru irigarea terenurilor agricole. Oamenii au început de

asemenea să dezvolte sistemele de transport a apei potabile. Acestea erau de fapt canale simple, săpate în nisip sau în roci. Mai târziu au fost realizate primele „conducte”, care erau niște tuburi goale de palmier (în Egipt) și bambus (în China și Japonia). În cele din urmă s-a trecut la utilizarea lutului, a lemnului și chiar a metalului în fabricarea conductelor de transport a apei potabile. În Persia existau persoane special instruite să găsească râuri și lacuri subterane din care apoi se extrăgea apa potabilă. Apa era trecută prin găuri făcute în roci. În jurul anului 3000 î.Hr., în orașul a Mohenjo-Daro (Pakistan) s-a folosit o sursă de apă foarte extinsă. În acest oraș se crede că au apărut de fapt primele instalații publice cu cazane de apă și băi. În Grecia antică, apa de izvor și apa de ploaie au fost folosite încă de timpuriu. Din cauza creșterii rapide a populației urbane, grecii au fost obligați să stocheze apa în fântâni și să o transporte acolo unde era nevoie prin intermediul unor rețele de distribuție a apei. Ulterior, apa care a fost folosită era transportată prin canale, împreună cu apa de ploaie. Când au fost descoperite izvoare subterane situate în zone de deal și munte, au apărut primele rețele de transport a apei potabile sub presiune, creîndu-se astfel posibilitatea ca apa provenită de la astfel de surse să poată fi transportată în zone mai îndepărtate.

**Păstorel GRIGORE**

## Noi beneficii pentru salariați

Începând din acest an, salariații ApaVital beneficiază de o serie de facilități în urma unui parteneriat încheiat de societatea noastră cu Arcadia Hospital. Contractul este valabil până la 31 decembrie 2011, beneficiarii fiind toți angajații SC Apavital SA Iași. Pentru început, angajații au beneficiat gratuit de un set de analize medicale, costul acestora fiind suportat din fondurile societății. Până la data de 31 martie 2011, salariații ApaVital vor intra și în posesia cardurilor medicale personalizate Arcadia, cu ajutorul cărora vor beneficia de reduceri la serviciile medicale ale acestei societăți, după cum se arată mai jos.

### Abonament corporate personalizat ApaVital SA Iași

#### 1. Servicii Medicale de Policlinică (Arcadia Policlinic)

- 5 consultații anuale medic specialist Arcadia: Cardiologie, Gastroenterologie, Neurologie,

- Oftalmologie, ORL (cu bilet trimitere CAS)

- Analize de laborator – set recomandat: hemoleucogramă, TGP, TGO, VSH, proteine+electroforeză, creatinină, sumar urină

- Consultație anuală de evaluare a stării de sănătate și electrocardiograma (interpretare medic internist)

- 5% reducere la alte analize de laborator
- 5% reducere la alte servicii medicale de policlinică (inclusiv explorări)
- 5% reducere la servicii medicale de stomatologie

#### 2. Servicii medicale spitalicești (Arcadia Hospital)

- 5% reducere la cazare în rezerve standard/VIP
- 5% reducere la intervenții chirurgicale, spitalizare de zi sau continuă, discount anual maxim de 500 lei
- 5% reducere la alte servicii medicale spitalicești

#### 3. Farmacia Fiterman – Arcadia

- 3% reducere la OTC-uri, parafarmaceutice, dermatocosmetice etc.
- 10% reducere la produse farmaceutice

#### Fiterman Pharma

#### 4. Servicii medicale mobile

- 5% reducere pentru consultații medicale la domiciliu
- 5% reducere pentru tratamente la domiciliu
- 5% reducere pentru recuperare medicală/kinetoterapie la domiciliu
- 5% reducere pentru recoltare analize de la domiciliu
- 5% reducere pentru alte servicii medicale la domiciliu
- 5% reducere pentru transport asistat medical

#### 5. Servicii conexe

- Call Center 24/24H
- Reduceri financiare în rețeaua de parteneri Arcadia Net (75 parteneri)

#### 5. Servicii conexe

- Call Center 24/24H
- Reduceri financiare în rețeaua de parteneri Arcadia Net (75 parteneri)

Pentru orice fel de informații suplimentare, contactați cabinetul medical al unității noastre.

**Dr. Daniela Reuț**

## Femeia

*"Stresul înseamnă să te trezești urlând, apoi să îți dai seama că nu dormeai."*



Domnilor, poate nu veți fi întrutotul de acord cu mine, dar vă spun cu mâna pe inimă că femeia este singurul lucru care contează. Nu, nu strâmbați din nas. Lăsați-mă puțin, aveți răbdare...

Este o adevărată enciclopedie pentru că, lipit de pielea ei, ca de țărână, universul, dar și răul, ba chiar și iadul, nu mai au secrete pentru mine. Cunosc acum pe deplin fericirea, dar înțeleg și nefericirea. Dacă ai avut marea șansă să privești de aproape Sagrada Familia, ori Guggenheim, sau Domul din Milano - minunate și atât de diferite - nu se poate să nu observi asemănarea lor cu arhitectura sufletului femeii.

Femeia este singurul lucru care contează pentru că, după cum spunea și prietenul Lucian, cu trupul ei în brațe, poți traversa un ocean, chiar dacă nu știi să înoți decât în apele ochilor ei.

Sigur că trebuie să o cauți și, partea cea mai grea, trebuie să o și găsești. Uneori durează mult dar, atunci când o ai, după cum tot spune prietenul meu Lucian (cui are timp de el), faci monetarul stelelor pe cer ca un nabab universal chiar dacă-ți fluieră vântul prin găicile sociale.

Domnule, dă trenul peste tine și, o șoptă dacă ți-a rămas întreagă, cu ea parcurgi literele numelui ei, gata să urzești planuri de viitor.

Femeia, domnilor, este cardul pe care ne depunem toate iluziile noastre, sufletul ei este valuta de care avem nevoie să învingem blestemata asta de criză mondială.

Lucian mai spune (da' cine-l bagă în seamă) că femeia, cu pielea ei care ne învață alfabetul orbilor, cu mereu întoarsele cești ale sânilor în care noi nu ghicim niciodată, nimic, femeia, domnilor - pentru a nu vă plictisi - cu toată argintăria surâsului său, cu goliciunea ei care umple universul, este singurul lucru care contează.

Aceasta este, domnilor. Și pentru că vom avea destule ocazii să o facem, n-ar strica să le spunem acest lucru.

P.S. Unul dintre „bunii mei prieteni”, alături de care am crescut, este și poetul Lucian Avramescu



**"Errare humanum est  
sed perseverare diabolicum"  
SENECA**

Începutul de an nu a fost unul tocmai fericit. Am avut nu mai puțin de 7 colegi sancționați cu reducerea salariului. Alexandru Buhuș (10% pe două luni) și Dan Calenciu (5% pe o lună) – de la Serviciul Facturare, Gheorghe Timofte (10% pe trei luni) – de la Stația de Epurare Dancu, Valeriu Huzum (5% pe trei luni) – de la Secția Epurare, Cristian Poiată (10% pe două luni) – de la Secția Canalizare. Ba chiar și un concediat: Ioan Istrate, de la Sectorul Exploatare Epurare.

Totuși, a început să se însenineze...

**Ec. Doru Crăciun – Bașchir  
Direcția Economică**



## Știri ARA

**Grupuri de lucru ARA**

Pe 9 februarie 2011, la sediul Autorității Naționale pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice (ANRMAP) a avut loc prima ședință a colectivelor de lucru care urmează să standardizeze documentele de atribuire a proiectării și execuției lucrărilor finanțate din Fondul de Coeziune. Au participat președintele Asociației Române a Apei, directorul executiv al Patronatului Apei și membrii grupurilor de lucru. Ulterior acestei ședințe are loc constituirea subgrupurilor de lucru ARA, care vor începe munca de elaborare a documentațiilor-cadru.

**Ziua Mondială a Apei**

În data de 22 martie 2011 se va sărbători ZIUA MONDIALĂ A APEI, eveniment pentru care, în acest an, ONU a ales deviza "APA PENTRU ORAȘE – Răspunzând provocării urbane". Cu această ocazie, ca și în celelalte dăți, sunt programate o serie de acțiuni destinate informării și educării publicului în general, a tinerilor în special, cu privire la problemele apei. Site-ul oficial este [www.worldwaterday2011.org](http://www.worldwaterday2011.org). Societățile din domeniu sunt rugate să trimită pe adresa Asociației Române a Apei informații despre evenimentele pe care le vor întreprinde, pentru a le disemina în cadrul membrilor.

**Specialiști ARA**

În vederea creșterii ritmului de absorbție a Fondurilor de coeziune din POS Mediu, Direcția Generală pentru Politici Regionale a Comisiei Europene a solicitat Autorității Naționale pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice să constituie 3 grupuri de lucru în vederea elaborării unor modele pentru documentațiile de atribuire, standardizate pentru contractele de proiectare și execuție a lucrărilor de construcții la stații de tratare a apei, stații de epurare și rețele de alimentare cu apă și canalizare.

În cadrul reuniunii la care a participat și președintele ARA s-a hotărât nominalizarea specialiștilor ARA în cele 3 grupuri de lucru care vor avea întâlniri cu președintele ANRMAP, în vederea definitivării agendei de lucru.

Membrii ARA care au experiență în elaborarea documentațiilor de atribuire a contractelor de proiectare și execuție lucrări au fost rugați să recomande specialiști care pot face parte din cele 3 grupuri de lucru și sunt dispuși să

participe la elaborarea documentațiilor - cadru, alături de reprezentanții ANRMAP, AM POS Mediu, Inspecției de Stat în Construcții, UCVAP și JASPERS.

**Întâlnire româno-olandeză**

În luna ianuarie a avut loc un eveniment de promovare a colaborării româno-olandeze în domeniul dezvoltării serviciilor publice de apă și canalizare în România, organizat de Ministerul Afacerilor Economice al Olandei, cu sprijinul Ambasadei Regatului Țărilor de Jos la București și în colaborare cu Ministerul Mediului și Pădurilor și Asociația Română a Apei. Agenda evenimentului a cuprins o sesiune informativă și de dezbateri pe aspecte specifice ale implementării și operării eficiente a obiectivelor care urmează să fie create prin intermediul POS Mediu, precum și întâlniri și discuții bilaterale cu reprezentanții companiilor olandeze. La eveniment au participat firme și operatori de apă din Olanda, specializați în dezvoltarea, implementarea și administrarea unor soluții inovatoare de tratare a apei potabile și uzate, precum și managementul operațional și al proiectelor de investiții.

**Conferință IWA**

În perioada 22 – 25 ianuarie 2012, în Manila (Filipine) va avea loc următoarea Conferință IWA, intitulată "Pierderi de apă". Conferința 2012 este destinată prezentării și discuțiilor asupra celor mai recente evoluții, strategii, tehnici și aplicații ale celor mai bune practici internaționale în managementul apelor. Termenul limită de depunere a rezumatelor este 1 martie 2011. Puteti gasi mai multe informatii pe site-ul conferinței ([2012committee@iwa-waterloss.org](mailto:2012committee@iwa-waterloss.org)).

**Expo Apa 2011**

Manifestările EXPOAPA 2011 se vor desfășura în perioada 13-15 iunie 2011 la Palatul Parlamentului din București. Aceste manifestări reunesc o serie de seminarii, mese rotunde și dezbateri legate de sectorul apei și provocările Uniunii Europene cu cea mai importantă expoziție specializată în domeniul alimentării cu apă, canalizării și epurării apelor uzate. România s-a angajat să îndeplinească toate cerințele comunitare specifice, dar a solicitat și a obținut perioade de tranziție în 4 domenii prioritare, printre care și gospodărirea apei. Ca urmare a negocierilor pentru capitolul 22 – Mediu, au rezultat pentru România o serie de angajamente ce implică investiții considerabile în sectorul de apă și apă uzată, în decursul unor perioade de tranziție relativ scurte. Astfel,

în perspectiva atragerii fondurilor europene pentru investițiile în sectorul de apă potabilă/apă uzată, un aspect deosebit de important constă în pregătirea unui portofoliu de proiecte de calitate, prin care să se asigure utilizarea integrală a resurselor financiare care vor fi disponibile prin intermediul Fondurilor Structurale și de Coeziune.

Activitatea de pregătire a proiectelor în vederea accesării fondurilor structurale și de coeziune a demarat încă din anul 2004, cunoscut fiind că pregătirea proiectelor de infrastructură necesită timp îndelungat. În acest context, MMP a sprijinit autoritățile locale prin atragerea surselor de finanțare pentru pregătirea proiectelor, din fonduri europene și împrumuturi. Astfel, un număr de 40 de proiecte majore pentru modernizarea infrastructurii de apă/apă uzată, ce vizează investiții de aproximativ 3,5 miliarde euro, se află în stadii diferite de elaborare.

Având în vedere volumul ridicat de investiții necesar pentru conformarea cu normele europene până la sfârșitul perioadei de tranziție (19 miliarde euro, pentru sectorul de apă), devine esențial rolul și aportul operatorilor la îndeplinirea angajamentelor din Capitolul "Mediu".

Expoziția specializată EXPOAPA 2011 acoperă următoarele domenii:

- Producerea, tratarea și epurarea apei
  - Distribuția apei și colectarea apelor reziduale
  - Proiectarea și execuția de sisteme de alimentare cu apă / canalizare / epurare
  - Consultanță pentru pregătirea de proiecte în domeniul apei
  - Armături, echipamente de pompă, fitinguri
  - Protejarea surselor de apă (de suprafață, subterane) și a solurilor
  - Echipamente industriale
  - Echipamente pentru excavare
  - Cercetare și dezvoltare
  - Tehnologii de informare și comunicare
  - Siguranța Sistemelor de Alimentare cu Apă și Canalizare
  - Managementul Riscului în utilizarea resurselor de apă
  - Planurile de investiții necesare conformării la standardele U.E.
  - Stadiul implementării proiectelor finanțate din fondurile de preaderare (ISPA, SAMTID, SAPARD)
  - Proiectele în curs de pregătire pentru Fondul de Coeziune
- Sperăm ca expoziția specializată EXPOAPA 2011 să fie un eveniment important al activității de marketing din acest an și suntem convinși că toate eforturile pe care echipa de organizare le face alături de participarea activă a tuturor actorilor cheie din sector vor conduce la reușita acestor manifestări.

([www.araexpoapa.ro](http://www.araexpoapa.ro))



## Accesul, prezența și circulația în sediul social și la celelalte obiective ale societății



### În sediul social al S.C. APAVITAL S.A.

(1) Salariații au acces în sediul social al societății numai prin locurile destinate special acestui scop, astfel:

- Poarta 1 – personalul de conducere și administratorii societății;
- Poarta 2 – personalul de execuție;
- Poarta 3 – personalul care se prezintă la serviciu cu autovehicul.

(2) Accesul este permis numai în timpul programului de lucru, pe baza cardului de intrare-ieșire sau a legitimației tip eliberate de compartimentul de specialitate, vizată la zi.

(3) Salariații sunt obligați să posede asupra lor legitimația de serviciu sau, după caz, cardul de intrare-ieșire.

(1) Salariații care se prezintă la serviciu

după maximum 15 minute de la începerea programului fără a accesa sistemul electronic de intrare-ieșire vor avea acces în unitate numai cu acordul șefului de compartiment/directorului de resort iar întârzierea va fi consemnată în registrul de poartă, cu menționarea nominală a conducătorului care a dispus accesul.

(2) Șefii compartimentelor funcționale sau de producție vor putea rămâne sau intra în sediul societății și după orele de program sau în zilele libere, dar numai în interes de serviciu și cu condiția respectării normelor înscrise în prezentul Regulament.

(3) Accesul/Rămânerea în sediul societății după orele de program sau în zilele libere, a personalului de execuție, va fi permis numai pe bază de tabel nominal întocmit – ori de câte ori se impune – de către șeful de compartiment, după modelul din Anexa 3A (Regulamentul intern).

### La obiectivele societății

1) La obiectivele din afara sediului social al societății, accesul angajaților care au locul de muncă la aceste obiective, precum și a salariaților cu atribuții de control se va face numai pe poarta principală.

1) Accesul salariaților care au locul de muncă la obiectivele respective este permis numai în timpul programului de lucru, pe baza legitimației de serviciu vizată la zi.

Toți salariații trebuie să posede asupra lor legitimația de serviciu.

Întârzierile la program vor fi consemnate – după caz – în carnetul maistrului, conda de prezență, registrul de intrări-ieșiri poartă sau registrul de tură.

2) Salariații care execută lucrări (comenzi, intervenții etc.) peste programul normal de lucru sau în zilele libere vor avea acces la obiectivele unde își au locul de muncă numai în baza tabelului întocmit în acest sens de către șeful de secție/exploatare.

Un exemplar din tabel va fi depus la agentul de pază sau la personalul de tură, care va consemna rămănerile peste program și, respectiv, intrările-ieșirile de personal în registrul de poartă / registrul de tură.

3) Orice alt salariat al societății are drept de acces în perimetrul sau incinta obiectivelor unității – altele decât propriul loc de muncă – numai în timpul programului și numai în interes de serviciu dispus de șefii ierarhici.

## Cheltuieli cu deplasările în interes de serviciu

În cadrul companiei, cheltuielile aferente deplasărilor în interes de serviciu, sunt următoarele:

### • Cheltuieli cu cazarea

Persoana trimisă în delegare într-o localitate situată la o distanță mai mare de 50 km de localitatea în care își are locul permanent de muncă și în care nu se poate înapoia la sfârșitul zilei de lucru are dreptul la decontarea cheltuielilor de cazare efectuate, pe baza documentelor justificative, în cazul cazării în structurile de primire turistice, pentru o cameră cu pat individual sau, în cazul în care unitatea nu dispune de o astfel de cameră, pentru o cameră cu două paturi, a căror clasificare este de 3 (trei) stele sau flori.

La stabilirea cheltuielilor de cazare care se decontează, se iau în considerare taxa de parcare hotelieră, taxa de stațiune și alte taxe prevăzute de dispozițiile legale în vigoare.

În cazul în care micul dejun este inclus în costul cazării, se decontează și contravaloarea acestuia.

### • Cheltuieli de transport

**i. cu trenul**, conform HG 1860/21.12.2006, pentru o distanță mai

mică de 300 km se decontează biletul pentru clasa a II-a, iar pentru distanțe mai mari de 300 km se decontează biletul pentru clasa I, cu aprobarea prealabilă a directorului unității;

**ii. cu autoturismul – proprietate personală**, se decontează conform HG 1860/21.12.2006, contravaloarea a 7,5 litri carburant la 100 km parcurși pe distanța cea mai scurtă (prețul la pompă), cu aprobarea prealabilă a directorului unității.

Cheltuielile de transport se decontează pe bază de documente justificative.

### • Cheltuieli cu diurna

Persoana care în perioada delegării/detașării își pierde temporar capacitatea de muncă beneficiază, pe timpul incapacității, pe lângă indemnizația de incapacitate temporară de muncă, atât de indemnizație de delegare/detașare, cât și de decontarea cheltuielilor de cazare. Persoana respectivă nu primește aceste drepturi în cazul internării în spital sau al părăsirii localității, cu excepția celei detașate, care își păstrează dreptul de cazare și pe timpul spitalizării.

Pe durata delegării/detașării, angajatul își păstrează funcția, clasa, gradul profesional și nivelul de salarizare, sau, după caz, gradul sau treapta profesională și salariul avute la locul de muncă. În cazul în care detașarea se dispune într-o funcție pentru care este stabilit un salariu mai mare, angajatul detașat poate opta pentru acest salariu, în condițiile prevăzute de lege. Numărul zilelor calendaristice în care persoana se află în delegare sau detașare se socotește de la data și ora plecării până la data și ora înapoierii mijlocului de transport din și în localitatea unde angajatul are locul permanent de muncă, considerându-se fiecare 24 ore câte o zi de delegare/detașare. Pentru delegarea cu o durată de o singură zi, precum și pentru ultima zi, în cazul delegării de mai multe zile, indemnizația se acordă numai dacă durata delegării este de cel puțin 12 ore. Metoda de calcul a diurnei este următoarea: total valoare salarii de bază lunare brute/număr total de angajați/număr mediu de zile lucrătoare pe lună x 65%.



## Responsabilitate socială corporatistă



Conform Wikipedia, responsabilitatea socială a corporațiilor (CSR în literatura de specialitate, abreviere după forma din limba engleză Corporate Social Responsibility) este un concept care se referă la o prezumtivă datorie pe care companiile (ca actori sociali) ar avea-o față de toate părțile implicate în desfășurarea acțiunilor presupuse de activitatea lor economică. Conceptul se referă la toate categoriile de companii, de la microîntreprinderi până la multinaționale. Prin datorie se înțelege faptul că respectiva companie trebuie să acționeze în conformitate cu obligațiile pe care le are față de părțile implicate și respectând niște principii morale acceptate de-a lungul tradiției. Conceptul, apărut după cel de-al doilea Război Mondial, odată cu creșterea economică și cu exacerbarul rolului jucat de companiile mari în societate, trebuie delimitat de acela de acțiune responsabilă din punct de vedere social.

Acest din urmă concept a apărut cu mult înaintea secolului XX și se referă mai degrabă la un punct singular din strategia unei companii vizavi de părțile implicate, fără fi necesar vreun angajament față de acestea sau față de valorile sociale preexistente. Prin contrast, responsabilitatea socială a corporațiilor reprezintă tocmai un angajament luat față de societate și părțile implicate în ceea ce privește acțiunile din sfera activității economice.

### Sensuri ale conceptului

Conceptul este utilizat de etica în afaceri, ramură a —eticii aplicate, cu mai multe sensuri, dintre care cele mai adesea întâlnite sunt sensul libertarian și sensul comunitarian. Sensul libertarian, sau sensul restrâns al responsabilității sociale a corporațiilor, se suprapune viziunii exprimate de Milton Friedman și se referă la limitarea conceptului mai sus amintit la

activitățile care îi sporesc profitul în limitele legii, prin folosirea adecvată a resurselor disponibile. Acest lucru implică angajarea în competiția deschisă a pieței fără folosirea mijloacelor ilicite și, conform lui Younkins, respectarea drepturilor individuale ale angajaților și a angajamentelor luate față de aceștia, de furnizori și de clienți.

Perspectiva comunitariană extinde, în primul rând, sensul conceptului de părți implicate la totalitatea indivizilor sau grupurilor de indivizi care sunt afectate direct de acțiunile unei companii. În această ordine de idei, responsabilitatea socială va fi definită nu numai în funcție de angajați, furnizori și clienți, ci și față de comunitate și binele acesteia, întrucât o companie este beneficiara directă a resurselor disponibile în respectiva comunitate. Prin urmare, o companie poate fi considerată responsabilă din punct de vedere social dacă, pe lângă respectarea angajamentelor luate față de părțile interesate enumerate de adepții perspectivei libertariene, se distinge prin acte de filantropie și dacă supune toate acțiunile ei din sfera economică unei confruntări cu valorile sociale specifice comunității în care își desfășoară activitatea.

### Gradul de implicare a firmelor în responsabilitatea socială

În dependență de modul și caracterul implicării întreprinderilor în responsabilitatea socială, pot fi identificate patru nivele.

*Comportamentul obstrucționist*, caracterizat printr-o preocupare excesivă pentru realizarea de profit și o luptă continuă pentru evitarea oricăror condiții limitative și a impunerilor de orice gen, neglijând total responsabilitățile sociale.

*Comportamentul defensiv*, în apărare, caracterizează organizațiile și managerii care acceptă și se comportă conform legilor

și normelor impuse de organismele abilitate. Firmele din această categorie, de multe ori ajută societatea în a determina politicile publice, soluțiile la problemele sociale. Organizațiile care nu respectă legile cu bună știință, sunt slabe performere în categoria lor și oricând se expun unor măsuri disciplinare foarte dure, ce le pot pune în situații existențiale dificile.

*Comportamentul adaptiv*, caracterizează organizațiile și managerii care acceptă responsabilitățile sociale, firmele participând la programele sociale inițiate de alte organizații.

*Comportamentul activ*, este caracteristic pentru firmele care dezvoltă și implementează programe sociale în prima fază ca răspuns la presiunile sociale, dar în faze mai avansate acționând chiar înainte ca presiunea socială să fie manifestată.

Direcțiile de investigație în care se poate determina implicarea firmei în rezolvarea problemelor sociale reprezintă și cadrul de referință la care orice evaluare trebuie să se raporteze, din care nu pot fi neglijate contribuțiile în:

- Relațiile cu salariații, beneficiile și satisfacția față de munca prestată
- Protecția muncii și sănătatea angajaților
- Protecția produselor, a echipamentelor, a dotărilor
- Politicile de vânzare
- Relațiile cu acționarii
- Relațiile cu consumatorii
- Atitudinea față de necesitățile comunității
- Ecologia și calitatea mediului înconjurător
- Atitudinea față de persoanele dezavantajate și minoritare
- Acțiunile filantropice
- Relațiile cu agențiile guvernamentale

Criteriile enunțate, majoritatea calitative și mai puțin cantitative nu sunt limitative în problematica responsabilității sociale și pot reprezenta direcțiile de investigație într-un audit specializat, derulat cu ajutorul unor liste de control, analiză în care se poate evidenția și evalua nivelul de implicare al firmei în politicile sociale. Nu este neglijabilă nici analiza de tip cost-beneficiu, bineînțeles costurile fiind mai ușor de identificat, în timp ce beneficiile impun o rafinată introspecție în consecințele sociale. Termenul responsabilitate socială corporativă se referă în definitiv la comportamentul etic, legal și filantropic la locul de muncă, pe piață sau în comunitate. Respectul pentru angajați, comunitate sau mediul înconjurător este elementul central al CSR. Totuși, deseori responsabilitatea socială este asociată cu o sursă de profit pentru organizație. În cel mai bun caz, asumarea responsabilității sociale poate contribui la îmbunătățirea statutului unei corporații, generând valoare pentru acționari cât și pentru societate în ansamblu ei.





### Exemple de inițiative privind CSR

- Politici și practici sociale la locul de muncă
- Donații de fonduri
- Schimb de abilități între angajați și voluntariat
- Donații în echipamente și know-how
- Marketingul unei cauze, susținerea și campania promoțională a acesteia
- Programe de sponsorizare
- Programe de pregătire comunitare
- Programe de etică și maleabilitate
- Inițiative privind protecția mediului
- Eforturi privind sporirea diversității

### Beneficii ale programelor de CSR

Activitățile de CSR ale unei companii aduc beneficii la două niveluri: al societății și al companiei. Cele mai ușor de intuit sunt beneficiile de la nivelul societății. Ele țin de binele și de interesul public. În schimb, acest material se concentrează pe beneficiile care pot fi obținute la nivelul companiei. Cunoașterea acestor beneficii și urmărirea lor, inclusiv prin strategia generală de afaceri, sunt esențiale pentru ca procesul de adoptare al CSR de către companii să ia amploare. Programele de CSR te ajută să te diferențiezi de concurență și să obții loialitate față de brand - sunt doi factori care fac din CSR o armă redutabilă în construcția unui brand. Consumatorii au devenit mai informați, mai capabili să-și exprime opiniile și mai preocupați de subiecte care țin de sănătate, de mediu sau de problemele sociale, piața a devenit din ce în ce mai aglomerată iar brandurile au fost forțate să găsească metode noi și relevante pentru a construi legături emoționale cu publicul. Pentru că răspund tocmai unor astfel de nevoi emoționale, programele de CSR sunt o bună oportunitate de a comunica valorile brandului într-un mod memorabil. Studiile au arătat că atunci când trebuie să aleagă între produse similare, preferințele consumatorilor se îndreaptă către brandurile percepute ca fiind

“responsabile”.

Programele de CSR ajută de asemenea la îmbunătățirea reputației companiei. La ora actuală, succesul companiilor depinde în mod direct de încrederea pe care le-o acordă comunitatea, autoritățile, mass-media sau partenerii. Fără această încredere, compania se supune mai multor riscuri. Spre exemplu, devine vulnerabilă în fața unor gesturi de protest din partea unor grupuri sau organizații de activiști. Își periclitează relația cu autoritățile sau cu partenerii, care nu vor dori să-și pună în pericol imaginea publică asociindu-se cu o companie ale cărei practici sunt discutabile. Nu în ultimul rând, jurnaliștii și liderii de opinie vor tinde să fie mai virulenți și mai sensibili la atacurile (câteodată intenționate și false) la adresa companiei. Pe de altă parte, în cazul în care o companie își demonstrează responsabilitatea față de comunitate, beneficiile care țin de buna reputație au consecințe imediate. De asemenea, susținerea unei cauze sociale este un bun prilej de a intra în parteneriate cu alte companii, autorități publice sau instituții media. Dacă e vorba de cauze sociale care sunt importante și pentru aceștia, compania ta le va câștiga încrederea și respectul.

### Tipuri de programe CSR

#### 1. Promovarea unei cauze (Cause Promotion)

Este un tip de program prin care compania contribuie cu bani sau alte resurse pentru a crește notorietatea și preocuparea publicului pentru o cauză, sau pentru a mobiliza publicul să doneze, să participe



sau să voluntarieze în sprijinul unei cauze. Focusul principal îl constituie comunicarea persuasivă în sprijinul unuia dintre obiective. De aceea, investiția principală a companiei constă în finanțarea și/sau implementarea campaniei de comunicare.

#### 2. Marketingul legat de o cauză (Cause Related Marketing)

Este un tip de program de CSR prin care o companie se angajează să doneze în favoarea unei cauze o sumă care depinde de vânzarile pe care le realizează într-o anumită perioadă. Implică o “ofertă” valabilă pentru o anumită perioadă de timp, se referă la un produs anume al companiei, se realizează în beneficiul unui ONG, sau al unui alt partener, care are legitimitate în privința cauzei și capacitatea de a administra banii.

#### 3. Marketingul social (Corporate Social Marketing)

Este un program de CSR prin care compania își propune să schimbe un comportament negativ sau să convingă publicul să adopte un comportament pozitiv. Chiar dacă în cadrul programului sunt folosite și tactici care urmăresc creșterea gradului de informare sau de educare, focusul principal îl constituie schimbarea de comportament. Oamenii sunt reticenți atunci când cineva încearcă să ne schimbe comportamentul. De aceea, pentru că o campanie de marketing social să fie justificată, problemă pe care o abordezi trebuie să afecteze un număr semnificativ de persoane iar rezolvarea ei să fie.

#### 4. Acțiuni filantropice (Corporate Philanthropy)

Este un tip de program prin care compania contribuie în mod direct, cu bani sau produse, la sprijinirea unei cauze. Acțiunile filantropice sunt cel mai vechi tip de inițiativă de CSR. Formele care pot fi luate de activitățile filantropice sunt donațiile în bani, finanțările, bursele, donațiile în produse sau servicii etc.

#### 5. Voluntariatul în comunitate (Community Volunteering)

Voluntariatul angajaților este o formă clasică de CSR. Ceea ce este nou în ultima perioadă este tendința companiilor de a folosi voluntariatul pentru a da mai mult impact altor inițiative sociale, a servi obiectivelor de business și comunicării valorilor companiei.

#### 6. Practici de afaceri responsabile social (Socially Responsible Business Practices)

Sunt inițiative prin care o companie își îmbunătățește, în mod voluntar, modul de operare, în așa fel încât să contribuie la binele general al comunității și la protejarea mediului. Pentru ca o inițiativă să fie considerată ca făcând parte din CSR, este esențial caracterul ei voluntar. Cu alte cuvinte, nu poate fi considerată ca fiind o inițiativă de CSR o schimbare pe care compania o adoptă ca urmare a presiunilor din partea autorităților, a organizațiilor neguvernamentale sau a consumatorilor.



## Masă Multitouch made in România

O companie românească a produs și lansat, în premieră pentru piața locală Masa Multitouch - un gadget care va revoluționa industria high-tech autohtonă și va deveni un instrument interactiv de prezentare, divertisment sau chiar navigare pe internet.

Dispozitivul realizat de TomTouch, divizia de hardware interactiv a companiei CS Vision, își va găsi locul în restaurante, cafenele, mall-uri, showroom-uri, expoziții, săli de conferințe și chiar acasă. Cu toate că la prima vedere TomTouch Multitouch pare o simplă masă, acesta reprezintă de fapt PC-ul viitorului, susțin creatorii dispozitivului.



„Soluția multitouch este pasul firesc al evoluției în alte tehnologii. Am început astfel să o studiem și am ajuns să

o producem aici, în România”, își motivează Răzvan Băgiu, unicul acționar al CS Vision, decizia de investi în realizarea noului dispozitiv. Potrivit acestuia, Masa Multitouch de la TomTouch este soluția ideală pentru prezentări de toate tipurile sau pentru diverse evenimente și promoții. În plus, aceasta poate fi ușor integrată în săli de conferință, în clădiri de birouri sau

hoteluri și folosită în același timp pentru târguri sau expoziții. „Masa Multitouch se adresează oricărui departament de marketing, fiind o soluție extrem de atractivă și inovativă, care poate prezenta un produs într-un mod cu certitudine inedit. De asemenea, companiile de arhitectură pot face din proiectare o aplicație interactivă și orientată către mulți utilizatori simultan”, mai exemplifică Băgiu utilitatea noului produs. Noul gadget poate interacționa cu obiectele așezate pe suprafața sa. Astfel, dacă utilizatorii doresc să vizioneze un videoclip aflat în memoria unui telefon, este suficient să așeze telefonul pe masă, aceasta citind toate informațiile deja stocate.

Dacă obiectele au atașate coduri 2D, de exemplu, Masa Multitouch poate recunoaște - prin citirea acelor coduri - orice obiect și poate

să îl interpreteze în funcție de aplicația pe care o rulează, explică Răzvan Băgiu. TomTouch a folosit în dezvoltarea suprafeței Multitouch tehnologia DI - Diffused Illumination. Conform tehnologiei, lumina IR este transmisă pe ecran fie de sub sau de deasupra suprafeței. Lumina IR este montată sub o suprafață tare și clară (de ex. sticlă, acrilic) cu un difuzor (de ex. material semi-transparent, hârtie de calc, foaie de poliester mylar). Când un obiect atinge suprafața, aceasta reflectă mai multă lumină decât difuzorul sau obiectele din

fundal, iar lumina suplimentară este simțită de o „cameră”. În funcție de difuzor, această metodă poate detecta, de asemenea, obiecte suspendate sau plasate pe suprafață.

Practic, difuzorul permite trecerea luminii, dar nu în totalitate. Prin urmare, lumina care „lovește” difuzorul poate fi aproximativ 50% din cea totală. Atunci când un deget atinge difuzorul, lumina nu poate trece prin deget și, prin urmare, 100% din lumină lovește degetul, care apoi se aprinde să-l poată vedea camera. Masa TomTouch Multitouch poate citi și interpreta un număr nelimitat de atingeri simultane. În plus, suprafața Mesei poate fi dimensionată în funcție de necesitățile clienților, echipa CS Vision furnizând, de



asemenea, aplicații adaptate la nevoile fiecărui cumpărător. Produsul companiei românești este similar celei Microsoft Surface. Dar ceea ce este de necontestat este meritul companiei românești de a fi materializat primul proiect autohton în acest domeniu.

Sursa: CS Vision, [http://www.chip.ro/stiri/masa\\_multitouch\\_made\\_in\\_romania.html](http://www.chip.ro/stiri/masa_multitouch_made_in_romania.html)

**Elena Lăcătușu**  
Serviciul IT&C

## Lungul drum al apei pentru Iași (LXIII)

### Bătălia pentru apa Iașilor XII. Oferte, oferte... (1872-1887)

Lucrarea nu a fost realizată în soluția preconizată în 1873; în zilele noastre s-a realizat acumularea nepermanentă Cârlig, pentru apărarea de inundații a municipiului Iași. Iată un prim exemplu de valorificare a concluziilor unor studii mai vechi. Raportul menționat continuă cu analiza prevederilor studiului lui W. Lindley, aducând ca argument pozitiv faptul că „Experiența altor țări arată, apa va fi tot atât der limpede și proaspătă ca cea mai bună apă de izvor. Părerea contrară e simplamente un prejudiciu ca multe altele”. Iată deci începutul discuțiilor divergente între susținătorii apelor de suprafață și cei ai apelor subterane. Deși tehnica de tratare a apelor de suprafață nu era încă bine pusă la punct în această perioadă și cei care susțineau alimentarea cu apă de izvor dispuneau de argumente mai convingătoare, această controversă a ținut

pe parcursul întregii „bătălii” pentru apa Iașilor. Față de soluția alimentării din râul Prut în raportul inginerilor Boguș și Tzoni se arată că „... ar avea avantajul inestimabil a putea spori cantitatea de distribuție pentru ca să zicem așa într-un chip ilimitat (...)”.

Mai degrabă sau mai târziu apele de izvoare fiind limitate, orașul Iași va trebui să recurgă la Prut. Este o afirmație profetică ce avea să se realizeze abia peste 84 de ani (1957). La 16 august 1873, Consiliul Comunal decide rezilierea concesiunii apelor din prima variantă propusă de Monnier. Drept urmare, primarul N. Gane încheie la 20 noiembrie 1873 o nouă convenție cu D. Monnier (convențiunea II-a Monnier) care se obligă a alimenta zilnic orașul Iași cu minim 6000 mc/zi apă bună de băut adusă din Prut, „în sus de târgul Sculenilor, afară de apa izvoarelor ce alimentează astăzi orașul”. Se prevedea construirea unor fântâni monumentale, cheltuielile pentru a le face „într-un mod luxos” urmând a fi suportate

de Primărie. Costul lucrărilor era apreciat la 3.500.000 lei, ele urmând a fi terminate la doi ani după aprobarea dată de către Minister. Comuna trebuia să garanteze cumpărarea a minim 1000 mc/zi, căreia îi putea da orice întrebuințare: „afară de a o vinde”. Prețul vânzării către particulari este stabilit în primul an la 50 bani pe mc, urmând a fi redus la 30 bani în cei din urmă zece ani ai concesiunii, prevăzută pentru 30 ani. S-a păstrat „caetul de însărcinări asupra construcțiilor de efectuat relativ la alimentarea orașului Iași cu apă din Prut”. (va urma)

(extras din volumul „Lungul drum al apei pentru Iași”, autori Nicolae Peiu și Dionisie Simionescu)



[www.apavital.ro](http://www.apavital.ro)

© 2010 ApaVital

Toate drepturile rezervate